

- розбираємо першу фразу діалогу, яку учень повинен повторити вголос (фраза вимовляється вже з кінця);
- вивчаємо наступну фразу з розбором значень слів;
- після багаторазового повторення вимовляємо першу фразу, але при цьому інтегруємо в неї слова з другої, нової фрази.

*Метод Франка.* Ілля Франк є автором оригінальної методики вивчення англійської мови, заснованої на читанні адаптованої літератури. Для цього Франк проводить підготовчу роботу з адаптації книги - бере оригінальний текст, розбиває його на невеликі фрагменти, після кожного фрагмента в дужках з маленької літери наводиться дослівний переклад без втрати змісту. Після чого фрагмент повторюється, але вже без перекладу. Для тих, хто має базові знання, рекомендується починати читати оригінальний уривок без перекладу, потім - з перекладом.

*Методика навчання Rosetta Stone.* Методика Розетта Стоун активно застосовує інформаційно-комунікаційні технології. Застосування комп'ютерів на уроках англійської мови значно підвищує інтенсивність навчального процесу. При комп'ютерному навчанні засвоюється набагато більша кількість матеріалу, чим це робилося за один і той же час в умовах традиційного навчання. Крім того, матеріал при використанні комп'ютера засвоюється міцніше. Саме тому дана методика є однією з найуспішніших у наш час.

Розглянуті методи вивчення мов можуть бути ефективно застосовані у процесі викладання іноземних мов у вищій школі не філологічного напрямку. Ці інноваційні методи можуть забезпечити краще засвоєння нових знань з іноземної мови та допомогти студентам швидше опанувати новий матеріал.

#### **Бібліографічні посилання:**

1. Шехтер И. Живой язык. Москва, 2005.
2. Франк І. Как приучить ребенка понимать иностранный язык [Електронний ресурс] / Ілля Франк. - Режим доступу: [www.franklang.ru/index.php/kak-priuchit-rebenka-ponimat-inostrannyj-yazyk](http://www.franklang.ru/index.php/kak-priuchit-rebenka-ponimat-inostrannyj-yazyk).
3. Шехтер И. Любой диалог иностранного языка напоминает Йонеско / И. Шехтер // Огонек. - 2015. - №36. - с.32.

**Клименова О. М.**

доцент

(Дніпропетровський державний  
університет внутрішніх справ)

## **ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА НАСЕЛЕННЯ**

Науково-технічний прогрес постійно розвивається, сучасна наука розробляє все нові й нові технології задля задоволення потреб сучасного споживача. Цей розвиток не оминає й засоби масової інформації (ЗМІ). Тому я вважаю доцільним вести мову про вплив засобів масової інформації на населення.

Актуальність цього дослідження полягає в тому, що ЗМІ займають чільне місце у нашому житті. Адже, майже жодна важлива глобальна подія у нашому житті не залишається без уваги засобів масової інформації. Вивченням цього питання займалися такі науковці як: В.Я. Тацій, Т.С. Шевченко, А.П. Савков, І.В. Бойчук, П.М. Любченко, І.Ю. Кулагіна, Ш. Бюллер, Б. Зазо, А.М. Прихожан та багато інших видатних вчених.

Для того, аби детально розглянути вплив мас-медіа на населення, нам необхідно визначити поняття ЗМІ. Засоби масової інформації - це сукупність усіх матеріальних та нематеріальних засобів та способів збору, фіксації, обробки та збереження інформації, котра несе у собі певне повідомлення, спрямоване на цільову аудиторію. До ЗМІ відносяться преса, телебачення, радіо, кінематограф, інтернет, звукозаписи та відеозаписи, рекламні повідомлення, банери та інше, що містить у собі певні лінії технічного зв'язку.

З вищенаведеного, ми можемо зробити висновок, що ЗМІ охоплюють майже усі сфери людського життя. Тому їх вплив на населення є досить значним. Для більш детального огляду питання звернемося до статистики. За даними соціального опитування лише кожен десятий українець – 12% - готовий відмовитись від перегляду телебачення, 70 % опитаних відповіли, що ніколи не припинять дивитися телевізор. Проаналізувавши відповіді респондентів, вчені з'ясували, що впродовж тижня середньостатистичний українець виділяє на перегляд телебачення майже 40 годин [1].

Звернемося до іншого джерела. За даними дослідження аналітика Мері Міккерен, у 2017 році дорослі користувачі проводили в мережі Інтернет в середньому близько 5,9 годин. В день, середньостатистичний користувач проводить 3,3 години з мобільних пристроїв, 2,1 години – з десктопів і ноутбуків, 0,6 години – з інших пристроїв [2].

З огляду на ці дані, ми можемо зробити висновок, що населення постійно знаходиться під жорстким впливом засобів масової інформації. Зазвичай люди навіть не помічають цього. Наприклад, коли ми обираємо якусь річ у магазині, то досить часто на наш вибір впливає не склад продукції та її якість, а прорекламованість і популярність бренду.

З кожним днем ЗМІ перетворюються на сталий механізм впливу на свідомість та поведінку звичайних людей, а їх головна функція – інформаційна відходить на другий план. У наш час, уже ніхто не слідкує за якістю та достовірністю отриманої ним інформації. Складається враження, ніби ми загубилися серед купи інформаційних джерел. Люди, охоплені впливом засобів масової інформації, іноді навіть втрачають контроль над собою. В цій ситуації вони стають маріонетками, якими досить легко керувати. Тому знаходяться певні кола досить впливових осіб, котрі вміло використовують цей засіб впливу і тотального контролю. Саме вони створюють той «контент», котрий буде цікавий і необхідний для сучасного споживача.

Ситуація, що склалася є досить сумною. На мою думку, пересічні громадяни не можуть нічого змінити. У першу чергу це пов'язане з тим, що

більшість людей не хочуть погодитися, що вони дійсно знаходяться під впливом мас-медіа, тому будь-які дискусії з приводу цього питання сприймаються досить агресивно. По друге, зараз населення ще не має того механізму, котрий би здатен був позитивно вплинути на громадян і змусити їх переглянути свої життєві орієнтири.

Отже, для того аби провести певні позитивні зміни у своєму повсякденному житті, люди повинні замислитися над зміною їх курсу щодо розгляду питання про вплив засобів масової інформації на населення. Я вважаю, що саме кропітка і продуктивна розумова діяльність дасть змогу досягти певних результатів у вирішенні поставленої проблеми. І, можливо, колись у майбутньому відбудуться зміни, котрі дадуть можливість використовувати інформаційні джерела, як засіб інформації, а не як засіб впливу на свідомість населення.

#### ***Бібліографічні посилання:***

1. [https://24tv.ua/naskilki\\_ukrayintsi\\_zalezni\\_vid\\_telebachennya\\_\\_statistika\\_n650731](https://24tv.ua/naskilki_ukrayintsi_zalezni_vid_telebachennya__statistika_n650731)
2. <https://narodna-pravda.ua/2018/06/04/skilki-chasu-lyudina-provodit-v-interneti-pokazova-statistika>

**Ковалевська О. В.**

викладач

*(Дніпропетровський державний  
університет внутрішніх справ)*

## **МЕДІАОСВІТА У ВИЩІЙ ШКОЛІ ЯК СПОСІБ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Медіаосвіта, що оголошена ЮНЕСКО одним із пріоритетних напрямків педагогіки ХХІ століття, досить впевнено входить у коло сучасних гуманітарних наук як інтеграційна дисципліна. Про це свідчать теорії медіаосвіти, творці яких представляють різні галузі наукового знання.

Реформаційні процеси, що відбуваються в сучасному інформаційному світі, вимагають від вищих навчальних закладів створення умов навчального процесу, які розкривають потенційні можливості кожного, що забезпечують високий рівень професійної підготовки.

Актуальність впровадження медіаосвіти в систему вищої освіти за допомогою інтегрування медіаосвітніх технологій в професійну підготовку майбутніх фахівців обумовлена тим, що в навчальному процесі виникає принципово нова концепція професійної підготовки, що включає медіаосвітні стратегії з метою формування медіакультури як необхідної складової професійної культури майбутнього фахівця.

В останні роки в Україні були успішно захищені дисертації з використання мас-медіа в навчальному процесі вищої школи.

Наприклад, Катерина Калицева в своїй роботі «Передумови використання медіа-ресурсів в процесі професійної підготовки юристів» [1,